

No 13

avr. 2014

NATURE HUMAINE
La lettre

Les besoins au service de l'écologie

**Pourquoi parler des besoins dans une lettre Nature Humaine ?
Quel est leur intérêt pour l'écologie et pour les professionnels
de l'environnement ? Cela se joue à deux niveaux : la
connaissance et la juste satisfaction des vrais besoins
fondamentaux des humains peuvent être une vraie réponse aux
enjeux écologiques. Ensuite, l'approche par les besoins propose
une vision et un outil intéressants pour mieux comprendre
les résistances et motivations de nos publics et mieux les
accompagner, et aussi trouver plus de bien-être et d'efficacité
au travail dans notre relation à nos partenaires dans l'action.
Les deux niveaux sont interdépendants : plus on est en lien avec
ses besoins fondamentaux, plus nos stratégies pour y répondre
se rapprochent de vraies solutions pour satisfaire à la fois la
protection de l'environnement et nous-mêmes.**

SOMMAIRE

- 1.** Définir les besoins 2
- 2.** Le lien entre besoins, motivations et résistances au changement 3
- 3.** Les vertus des besoins en général 7
- 4.** Les vertus des besoins pour les professionnels de l'environnement ... 9



1

Définir les besoins

De quoi parle-t-on ? On peut mettre ce que l'on veut dans le mot « besoin ». Étymologiquement, le mot besoin trouve ses racines au XI^e s. dans « estre bosoinz », « être nécessaire », association de *bes* (qui traduit un manque) et de *soin* (prendre soin du manque), mais aussi « besoigne » en vieux français : objet nécessaire. Ainsi besoin aurait deux sens ou plutôt deux directions : d'une part ce qui manque et doit être comblé, et d'autre part ce qui est nécessaire à la disparition du manque.

Dans son acception la plus large, en se référant par exemple à la théorie du psychologue américain Abraham Maslow, le besoin est une **exigence nécessaire à l'existence et à l'épanouissement de l'homme**. Pour Abraham Maslow, l'homme n'atteint le plein développement de son psychisme que s'il est satisfait sur tous les plans de ses besoins : physiologie, sécurité, amour (appartenance), estime (reconnaissance) et accomplissement de soi¹. Et ce sont ces besoins qui sont à l'origine de nos motivations. Mais je souhaite ici m'attacher plus particulièrement à la définition donnée par la CNV (Communication Non Violente)² car à ce jour son approche des besoins me semble la plus intéressante, la plus aboutie et surtout celle qui a le plus fait ses preuves sur le terrain par son utilisation à travers le monde tant dans la vie personnelle que professionnelle, individuelle et collective.

Selon Isabelle Desplats, formatrice et facilitatrice en CNV³, « le besoin est vu comme une force, une énergie vivante en nous, qui cherche à vivre à travers nous et nous pousse à aller de l'avant : par exemple, notre besoin de relations et de partage nous pousse à aller rencontrer des gens. Cela vient contredire notre représentation habituelle du besoin comme un manque, car là ils sont perçus comme un moteur, voire comme la source de nos motivations. Marshall Rosenberg, fondateur de la CNV, aime parler d' "énergies au service de la vie", la nôtre et celle de notre environnement »⁴.

1. « Devenir le meilleur de soi-même, Besoins fondamentaux, motivation et personnalité », A. Maslow 1954, traduit et édité chez Eyrolles en 2008.

2. <http://nvc-europe.org/SPIP/>


3. isabelledesplatsformation.com - voir page 11 pour toutes ses références.

4. Voir la liste des besoins en CNV ici : www.nature-humaine.fr/files/docs/nh/Liste_des_besoins_selon_la_CNV.pdf



2

Le lien entre **besoins, motivations** et **résistances** au changement



Lorsque nous informons des enjeux écologiques et des méthodes pour changer nos comportements, ou lorsque nous proposons des actions en ce sens, nous rencontrons les résistances de nos interlocuteurs quand nos informations ou stratégies viennent buter contre les stratégies qu'ils ont eux-mêmes choisies pour satisfaire leurs besoins plus ou moins conscients. Faute d'un partage au niveau des besoins, nous pouvons rester au stade de la non-rencontre de nos intérêts respectifs. Que se passe-t-il ? La confrontation de stratégies contradictoires va créer des tensions, émotions et ressentis négatifs qui vont se transformer en résistances à nos informations ou propositions d'action. Par contre, si notre stratégie vient ou semble répondre (souvent par hasard) à un besoin de notre interlocuteur, il sera beaucoup plus motivé. Mais si nous ne sommes pas conscient de ce mécanisme, nous laissons au hasard le soin de nous faire rencontrer des personnes déjà intéressées et ouvertes à nos propositions d'actions. Cela explique que très souvent, les professionnels de l'environnement se plaignent de ne mobiliser que des personnes déjà convaincues. Pour bien comprendre comment un besoin non pris en compte peut créer de la résistance, voici l'exemple de Anita.

L'exemple du « cas Anita »⁵

Anita (nom fictif), mère de quatre enfants aux revenus modestes, se porte volontaire, sur la proposition d'un centre social dont elle dépend et qui l'aide au quotidien, à une formation de deux jours pour apprendre à acheter et consommer des produits biologiques frais afin de faire des économies financières sur son budget alimentation. Cette formation, organisée par des socio-psychologues, a pour objectif de mieux comprendre les facteurs de motivation et d'engagement dans le changement de comportement. Anita ne revient pas le second jour.

Après enquête, il est observé que Anita possède un grand congélateur rempli chaque fin de mois, afin d'assurer la subsistance de sa famille sur le mois suivant. Par ailleurs, elle achète régulièrement des produits alimentaires de marques, dont des goûters pour ses enfants qui les réclament en signe d'appartenance à leur groupe d'amis (les vêtements de marque sont inabornables pour elle). Ce faisant elle satisfait plusieurs besoins fondamentaux que l'on pourrait résumer à un besoin de sécurité, des besoins affectifs liés à ses enfants (lien, sécurité, ...) et un besoin d'appartenance sociale.

5. Cas créé par Séverine Millet pour ses formations sur la base d'un cas réel vécu lors d'une expérimentation non publiée à ce jour à notre connaissance

Lorsque je fais travailler ce cas aux équipes que je forme, je propose d'identifier les sentiments (c'est-à-dire les émotions et ressentis) puis les besoins que Anita pouvait avoir lors de la journée 1 et pouvant expliquer son absence en journée 2. En effet, en CNV, « le sentiment est un indicateur du niveau de satisfaction de mes besoins » explique Françoise Keller. Voici ce qu'il ressort en général de l'exercice :

- ▶ **Ressentis lors de la journée sur le bio** : stress, tension, culpabilité, honte, peur, incompréhension, colère, perte de temps, infantilisée, pas concernée.
- ▶ **Ressentis lors de l'achat du congélateur** : sécurité, liberté, fierté, soulagement, efficacité, sérénité, bien-être, affirmation de soi.
- ▶ **Besoins d'Anita** : sécurité (lié au stress, tension), identité / intégrité intérieure (lié à l'incompréhension, la sécurité, la culpabilité), confiance en soi (liée à la culpabilité), appartenance sociale (lié à la fierté d'appartenir à un groupe), confort intérieur (lié à la peur du changement), besoin de respect (lié à la colère), écoute (lié à l'incompréhension, infantilisée), être considérée / reconnue (lié à l'incompréhension), sens et apprentissage, autonomie...

Dans le cas de Anita, cela permet d'identifier des pistes d'accompagnement originales pour l'aider à changer ses habitudes alimentaires, par exemple, en impliquant le centre social auquel elle est attachée ainsi que la communauté de mamans auxquelles elle est liée par ce biais, afin de construire collectivement un projet autour du bio. Beaucoup de ses besoins identifiés sont alors pris en compte par ce moyen.

L'universalité des besoins

On observe que « les besoins sont universels, communs à toutes les cultures, époques et traditions, qu'il s'agit d'un patrimoine commun de l'humanité », poursuit Isabelle Desplats. Quand on partage au niveau des besoins, on se rend compte souvent que l'on a les mêmes. « À l'occasion d'un stage en CNV que j'animais » raconte Françoise Keller, formatrice en CNV et auteure du livre *Pratiquer la CNV au travail*⁶, « deux personnes a priori opposées (un agriculteur conventionnel et un militant écologiste) ont découvert leurs métiers respectifs pendant le repas et ont amorcé un débat d'arguments, chacun essayant de convaincre l'autre de sa position, avec un discours revendicatif et accusateur. C'était un dialogue voué à l'échec. À un moment, ils se sont mis à parler réellement de leurs besoins et de leurs aspirations fondamentales au lieu de chercher qui avait tort et qui avait raison. Et là, ils se sont rendu compte qu'ils avaient les mêmes besoins : ceux de nourrir sainement leurs enfants, de respecter leur héritage et de se rattacher aux générations passées... Mais leurs stratégies divergeaient, parce qu'ils avaient des informations et des croyances différentes. Un dialogue a pu se créer, grâce au processus de CNV ».

6. « Pratiquer la CNV au travail, la Communication Non Violente, passeport pour réconcilier bien-être et performance », Françoise Keller, InterEditions 2013 - voir en page 11 pour toutes ses références.

Distinguer nos besoins et stratégies pour les satisfaire

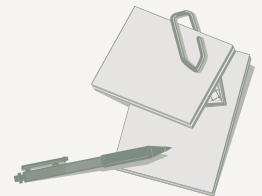
Les besoins sont universels, les stratégies non. On peut se rapprocher au niveau des besoins quand les stratégies peuvent nous diviser. « La CNV aide à comprendre comment les besoins sont distincts des stratégies », explique Isabelle Desplats : « on distingue le besoin de ce qui va permettre de le satisfaire⁷. Exemples : j'ai besoin d'une voiture. En réalité non, mon besoin est de me déplacer ; la mobilité est un besoin, la voiture est un moyen, une stratégie parmi d'autres, comme le vélo, la marche, le train etc. Qui plus est, sous ce besoin de mobilité se cachent d'autres besoins, tels par exemple que la rencontre d'autres personnes, la coopération, en vue de la réalisation de projets. Une autre stratégie pour ces derniers besoins peut alors être de se réunir par *skype*, etc. » Ajoutons que la nuance est d'importance car une société automobile n'a pas le même impact écologique lorsqu'elle base sa production sur la fabrication de voiture ou sur l'offre de solutions de mobilité.

7. Voir aussi l'article sur les travaux de Manfred Max Neef ici : www.nature-humaine.fr/files/docs/nh/___cologie_-_la_vision_de_Mandfred_Max_Neef.pdf

EN PRATIQUE

Rappel – Formation Nature Humaine

Mieux accompagner les résistances et motivations de nos publics



Si Nature Humaine ne forme pas à la CNV, l'association forme à une approche très parente de la CNV : l'écoute active, pour trouver dans son métier une posture plus confortable, satisfaisante et efficace pour accompagner les résistances et motivations à changer les comportements face aux enjeux écologiques. Cela permet de passer d'une posture d'expert à une posture plus accompagnante, plus en communication et en collaboration avec ses publics et partenaires dans l'action. Par ailleurs, la notion de besoin est abordée pendant la formation pour bien comprendre le lien avec les résistances et motivations.

Une deuxième session ouverte à tous est proposée à l'automne 2014.

Renseignements et détails de la formation

www.nature-humaine.fr/sessionouverte

Inscriptions

Audrey Atzeni – projet@mnei.fr – Tél. 04 76 51 56 75 / 04 76 54 31 62

S'inscrire en ligne

www.mnei.fr/index.php/events/mieux-accompagner-les-changements-de-comportements

EN SAVOIR PLUS



Besoins, pulsion et consommation⁸

Pour le pionnier de l'agriculture Pierre Rabhi, « à l'avenir, nous jugerons une société sur sa capacité à répondre à ses besoins par les moyens les plus simples et les plus sains ». La difficulté est la confusion actuelle entre besoins réels et besoins supposés (plutôt de l'ordre de la pulsion ou de la compulsion) et entre besoins et stratégies pour y répondre. Or tout se joue là. « La société de consommation », poursuit Isabelle Desplats, « a bien joué sur cette confusion (délibérément entretenue) entre les besoins et les moyens de les satisfaire. Par conséquent, pour être heureux, je crois avoir besoin d'une foule de choses matérielles et je confonds dès lors mes vrais besoins avec ce que la société de consommation veut me faire prendre pour mes besoins. Cette confusion nous rend dépendants et nous fait donc perdre notre liberté ».

C'est dans le contexte particulier de l'après-guerre qu'émerge la théorisation économique d'une manipulation de nos besoins. Cité dans le film *The Story of stuff*⁹, l'analyste économique américain Victor Lebow résume la pensée de son temps¹⁰ : « *Notre économie extrêmement productive [...] exige que nous fassions de la consommation notre mode de vie, que nous convertissions l'achat et l'usage de biens en rituels, que nous recherchions dans la consommation notre satisfaction spirituelle, notre satisfaction égoïste. [...] Nous avons besoin que les objets soient consommés, brûlés, usés, remplacés et jetés à un rythme toujours plus rapide.* »

Cette vision a notamment inspiré Arthur F. Burns, principal conseiller économique du président Eisenhower : « *Le but ultime de l'économie américaine est de produire plus de Biens de Consommation* »¹¹. Une production qui repose sur une sensation de manque artificiellement entretenue : « *L'achat d'un nouveau produit, spécialement d'un article de "grand prix", comme une voiture ou un ordinateur, engendre une sensation caractérisée de plaisir et d'accomplissement, et confère à son propriétaire prestige et considération. Mais à mesure que se dissipe le charme de la nouveauté, le sentiment de vide menace de revenir. La réponse du consommateur moyen est de tourner son attention vers le prochain achat plein de promesse.* »¹²

Le choix collectif de cette stratégie inédite de « survie économique » a généré en cascade de profondes modifications sociétales. Et cette société fonctionne car nos besoins fondamentaux ne sont pas pris en compte, générant en cascade un phénomène de manque incessant que l'on pense combler (alors que cela ne dure que l'espace d'un instant) par l'achat et la possession.

8. Ce paragraphe sur la consommation a été réalisé avec l'aide de Lara Mang-Joubert (de Oxalis-scop et partenaire régulière de Nature Humaine) à l'occasion d'une mission commune de conseil et d'accompagnement sur les besoins et la consommation durable pour l'ADEME.

9. <http://storyofstuff.org/movies/story-of-stuff>

10. « Price Competition in 1955 », *Journal of Retailing*, article de l'économiste Victor Lebow

11. « The frontiers of Economic Knowledge », Arthur F. Burns, 1954


12. « The All-Consuming Self », par Allen D. Kanner et Mary E. Gomes





3

Les vertus des besoins en général – Par Isabelle Desplats.




Un outil de réflexion partagé avec ses partenaires ou ses collègues :

« La notion de besoin est une clé pour interroger nos choix stratégiques et moyens d'action sans être dogmatique. Ainsi, on peut se demander "pourquoi voulons-nous faire cela ? Prenons le temps pour déterminer ce qu'on vise, ce que cela va nous apporter, à quoi on aspire, ce qu'on en attend ? C'est-à-dire quelles sont nos intentions ? Nos intentions sont les besoins à satisfaire !". Ces questions constituent un outil de réflexion partagé qui nous permettra, en faisant émerger les besoins sous-jacents, de bâtir un socle commun et de faire collectivement le choix des moyens les plus appropriés ».

Créativité et liberté :


« Les besoins de fond sont immatériels et indépendants des circonstances et des personnes, à la différence des stratégies qui sont des actions concrètes permettant de les satisfaire : cette vision des choses permet d'ouvrir considérablement mes possibilités de choix, de créativité, car elle multiplie les alternatives. "J'ai besoin d'argent", mais pour quoi faire ? Quels besoins cela m'aide à nourrir ?

Échanger des biens, me nourrir, me vêtir, être à l'abri et en sécurité ? A toutes les époques il y a eu de multiples solutions pratiques pour aboutir au même résultat sans argent, telles que le troc ou les échanges de services. En intégrant cette distinction fondamentale, on devient moins dépendant des solutions que l'on croit unique et moins restreint par les habitudes qui nous limitent ».



Le discernement, l'évaluation :

« Je peux mieux distinguer mes besoins essentiels de mes besoins superficiels et me demander si les premiers ainsi que l'ensemble des besoins en jeu (ceux de mes interlocuteurs, ceux de la planète, des générations futures) sont respectés par une stratégie choisie. Nous pouvons, avec cette grille-là, interroger nos stratégies, c'est-à-dire nos choix concrets, pour savoir à quels besoins et à combien de besoins ils répondent » (voir le cas de Mme P. en page 10).



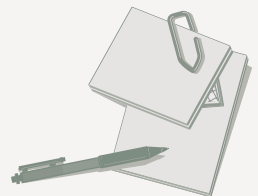
Jouer collectif : « Cela me permet d'envisager de répondre à mes besoins avec l'aide d'autres personnes : par exemple, pour sécuriser ma maison (besoin de sécurité) j'ai le choix d'acheter une alarme (stratégie commercialisée) ou bien d'organiser avec mes voisins une façon de surveiller solidairement nos habitations, comme l'action "voisins vigilants". En faisant cela, je nourris mon besoin de sécurité en même temps que mon besoin de lien, de convivialité et aussi de solidarité ».

EN SAVOIR PLUS

Créer des indicateurs de richesse : « la notion de besoin permet de créer des indicateurs de richesse plus justes et pertinents », explique Isabelle Desplats. « En définissant la richesse comme le degré de satisfaction des besoins humains fondamentaux, je peux considérer par exemple que je suis riche si j'ai des relations humaines épanouissantes, une activité créative et qui a du sens, du temps pour moi et pour mes proches, un lien avec la nature, etc. Or aujourd'hui l'indicateur de la richesse individuelle et celle des nations est l'argent, le niveau de revenus. Pourtant je peux avoir un compte bancaire bien rempli sans nourrir mes besoins de lien, de sécurité, de réalisation, de sérénité, et donc être très loin de l'épanouissement. Par ailleurs, en nourrissant ce qui compte vraiment pour nous, nous devenons aussi moins dépendant des stratégies qui consistent à combler des manques (comme par exemple consommer ou surfer sans but sur internet, ...). »

EN PRATIQUE

Sortir d'un conflit... et mieux travailler en collectif




« On peut considérer trois plans chez l'être humain », explique Isabelle Desplats : « le plan de la pensée, celui des besoins et celui de l'action. Les conflits émergent sur le plan de la pensée, car nous avons tous des opinions et des croyances différentes, et sur le plan de l'action, car nous avons tous des idées différentes de comment faire les choses vu qu'il existe une infinité de solutions ! Pour sortir du conflit il est très utile de se relier au plan des besoins car nous avons tous les mêmes. Pour un professionnel de l'environnement qui veut faire travailler un partenaire ou une équipe cette mise en évidence des intentions et des besoins est précieuse pour créer de l'unité, faire du « nous », dépasser les divisions et prévenir les conflits futurs : il peut inviter à clarifier l'intention réelle d'un projet avant d'élaborer des plans d'action, puis vérifier ensuite que les stratégies choisies répondent aux besoins identifiés ensemble au préalable et sur lesquelles on était d'accord. Par ailleurs, le fait d'identifier clairement ces besoins fondamentaux contribuera à réveiller dans chacun des acteurs d'un projet, la motivation et l'élan d'agir ».

« Quand cela bloque », constate Françoise Keller, « c'est un indicateur qu'on est dans le registre des pensées qui emmènent souvent au dilemme (ou/ou). Quand on est au niveau des besoins on n'est pas dans le OU mais dans le ET. Pour favoriser le passage des pensées aux besoins, on peut passer par différents chemins : mes pensées sont des expressions maladroites de mes besoins ; mes sentiments sont un indicateur du niveau de satisfaction de mes besoins ; tout ce que je fais, tout ce que je dis sont des tentatives de nourrir mes besoins ».



4

Les vertus des besoins pour les professionnels de l'environnement



J'observe, à l'occasion de mes accompagnements et formations, que les métiers « au service de » (de la planète, d'un métier qui a du sens) ont du mal à se mettre au centre, à se faire respecter dans leur travail, à être reconnus par leurs hiérarchies, leurs collègues, les élus avec lesquels ils travaillent. Ils souffrent beaucoup de ne pas être entendus, écoutés, alors que leur travail est avant tout de délivrer un message pour obtenir des changements de comportements. La posture adoptée est souvent celle de convaincre, perçue comme la plus efficace, alors qu'elle crée plutôt de la résistance que de la motivation. Comment se faire entendre malgré tout et nourrir leur besoin d'être écouté et entendu ?

« Quand je considère que les autres résistent au changement et au message que je leur donne, il y a là une forme de jugement », observe Françoise Keller. « À ce stade, il vaut donc mieux se tourner dans un premier temps vers mes propres besoins. En général, une personne travaille dans l'environnement parce que cela nourrit des besoins fondamentaux tels que le besoin d'être utile, de faire un métier qui a du sens, un besoin de justice, de se réconcilier avec une partie de soi et le reste du monde, le besoin de vivre en harmonie, etc. Si je suis contrarié dans la réalisation de mes projets et donc de mes besoins, il devient nécessaire de prendre soin de ce que cela me fait, de mes émotions, de mes réactions, et d'apprendre à me donner de l'empathie, voir même de me faire aider (par ma direction, mon équipe, un accompagnant) pour apprendre à mieux vivre et accueillir mes frustrations, ma colère, ma tristesse, ma douleur de ne pas parvenir à être entendu ».

« Nous avons à comprendre que notre douleur est à la mesure de la beauté de ce qui nous anime et de notre élan à faire ce métier, d'autant plus si celui-ci a un sens profond pour soi. Cette douleur n'est donc pas l'expression d'une fragilité, mais l'indicateur d'un élément très précieux : celui que notre engagement a de la valeur et qu'il est important. L'indicateur qui montre que nous avons reçu suffisamment d'empathie de soi-même est le moment où nous passons de la perception que l'autre nous résiste à une position où nous cessons d'être collé à nos jugements (de l'autre et de soi : je n'ai pas assez de moyens, les autres ne pensent qu'à eux, etc.). C'est alors seulement que la rencontre avec l'autre peut se faire ». « On peut alors se centrer sur la relation plutôt que sur l'objectif », ajoute Isabelle Desplats, « ce qui, paradoxalement, facilite naturellement l'atteinte du résultat. »



EN SAVOIR PLUS

Connaître ses propres besoins pour sortir de l'impasse et des frustrations

La conseillère environnement d'une grande agglomération, Mme P.¹³, porte un projet de meilleure gestion des déchets sur la commune. En réunion, son directeur l'informe sans sommation que le projet est abandonné, après 6 mois de travail intense, et alors que l'élu référent, présent, montre tout son intérêt. Longtemps bloquée dans un « À quoi bon » et « De toute façon c'est toujours comme ça, on n'y peut rien », Mme P. peine à identifier ses ressentis pour finalement nommer la colère et la tristesse. Elle identifie un besoin de voir son travail respecté et ses avis entendus. Au-delà de ses émotions, elle cherche désormais la meilleure façon d'avancer sur sa problématique.

13. Ce cas réel a été amené à l'occasion d'une formation donnée par Nature Humaine auprès d'un groupe de conseillers environnement territoriaux. Ce type de problématique est très fréquent chez ces métiers.

Françoise Keller montre ici comment la CNV peut permettre de résoudre cette difficulté :

1 Reconnaître ses pensées

« Quand je suis dans une émotion de type colère, culpabilité ou dépression, ce sont des indicateurs que je suis en lien avec des pensées qui peuvent être de trois ordres : des jugements sur l'autre ou sur moi-même (« mon manager ne respecte pas mon travail », « il ne fait pas ce qu'il faut »), des exigences de ce qu'il faudrait faire (« je dois terminer ce projet ») ou un déni de responsabilité (« j'estime que je ne peux rien faire si l'autre/la structure/la société ne change pas »). Si je reste au niveau des pensées, je tourne en rond entre ces options et cela alimente la colère. Dans ce type de cas, il est très difficile d'être en lien avec mes besoins. Le chemin est d'abord de reconnaître mes pensées, mes exigences et de voir qu'elles sont l'expression maladroite de mes besoins.

2 Descendre d'un cran dans les besoins

Ensuite, il est nécessaire de passer de « on ne me respecte pas dans mon travail » à « j'aimerais être respectée dans mon travail, que puis-je faire pour cela ? ». Attention, si Mme P. dit à son directeur qu'il ne respecte pas son travail, ou qu'elle ne se sent pas respectée dans son travail, elle risque de faire face au mieux à de l'incompréhension, au pire à une réaction de rejet. En général, c'est en effet inentendable. Le besoin de respect de Mme P. est encore trop lié aux jugements qu'elle porte et là, il me semble utile de descendre un cran en dessous dans ses besoins fondamentaux : « par mon métier et ce projet spécifique, j'ai (par exemple) envie d'être utile, et donc de nourrir mon besoin de sens, de stabilité, de repère, de clarté, de cohérence. Et

l'arrêt du projet fait que je suis en difficulté pour respecter ces besoins ». Il y a un deuil à faire, ce qui explique l'amertume, la tristesse. Ce faisant on descend au niveau des vrais besoins pour la personne ».

3 Faire une demande qui établit la coopération

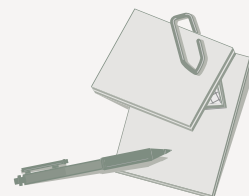
« Par conséquent, quand Mme P. retournera voir son directeur, ce ne sera plus pour pleurer le projet avorté et son manque de respect ou de reconnaissance, mais pour évoquer son besoin de travailler d'une façon qui respecte ses besoins identifiés. Cela va lui permettre d'établir un nouveau type de coopération pour travailler différemment et mieux par la suite : elle pourra dire, par exemple, qu'elle a envie d'être utile, de nourrir l'estime d'elle-même dans son travail et comment elle aimerait le faire d'une façon qui a du sens pour elle. Ici, on ne refait pas le passé, on parle à peine du projet avorté, on parle de la façon de travailler et de collaborer d'une façon qui satisfait tout le monde pour les 6 mois à venir ».

4 L'écoute empathique

« L'écoute empathique¹⁴ permet de créer un espace dans lequel peuvent s'exprimer mes propres besoins fondamentaux en même temps que ceux de l'autre et favoriser un dialogue qui avance et un espace de co-création de solutions. Celui qui écoute s'ouvre à l'autre et celui qui est écouté se met en disposition pour d'autres stratégies que celles qu'il imaginait ». Il en découle plus d'ouverture et de créativité.

14. Voir aussi la Lettre Nature Humaine n°10 « Du conseil à l'écoute » - www.nature-humaine.fr/lettres

EN PRATIQUE



Sur l'insuffisance

Lorsque l'on travaille dans l'environnement, on est très souvent dans une posture d'insuffisance, puisque nos moyens et résultats sont de fait très inférieurs aux enjeux. Pour éviter l'usure et l'impression d'être inutile, Françoise Keller suggère à ces personnes ce qu'on appelle « la célébration » en CNV, c'est-à-dire prendre le temps de repérer les expériences satisfaisantes, de goûter à ces situations, de nous recharger en prenant conscience des sentiments agréables et des besoins fondamentaux nourris. Et donc de partir des événements agréables pour pratiquer la CNV : je suis joyeuse d'avoir fait un bon usage de mon temps pendant cette réunion et je prends le temps de remercier l'animateur ; j'ai

apprécié la coopération et la fluidité que j'ai vécues sur ce projet et cela me permet de percevoir à quel point la coopération et la co-création sont importantes pour moi en ce moment ; je suis vraiment fière de ce projet qui contribue à prendre soin de la planète et cela nourrit mon estime de moi, le sens de ma vie, la reconnaissance... Si on va voir son manager, son collègue, son partenaire uniquement quand cela ne va pas, quand on est en difficulté, ça va être difficile de construire une relation constructive et durable, d'avoir de l'énergie pour avancer ». «Savoir faire part de son appréciation, à soi-même et aux autres, apporte une énergie indispensable et... renouvelable ! » conclue Isabelle Desplats.

EN SAVOIR PLUS

À propos de Françoise Keller

Formatrice certifiée en CNV

Liens

- ▶ www.cnvformations.fr
- ▶ concertience.fr
- ▶ francoise.keller@concertience.fr

Livres

- ▶ *Pratiquer la Communication Non Violente, passeport pour un monde où l'on ose se parler en sachant comment le dire*, Françoise Keller, InterEditions 2011
- ▶ *Pratiquer la CNV au travail, la Communication Non Violente, passeport pour réconcilier bien-être et performance*, Françoise Keller, InterEditions 2013
- ▶ Son interview complète pour Nature Humaine www.nature-humaine.fr/files/docs/nh/Interview_Fran__oise_Keller_VF.pdf

À propos de Isabelle Deplats

Formatrice certifiée en CNV

Liens

- ▶ www.isabelledesplatsformation.com
- ▶ Co-fondatrice et directrice de Colibris, mouvement inspiré par Pierre Rabhi www.colibris-lemouvement.org

Articles

- ▶ KAIZEN « Communiquer pour vivre » www.kaizen-magazine.com/communiquer-pour-vivre
- ▶ NEO PLANÈTE « On se calme ! » <http://fr.1001mags.com/parution/neoplanete/numero-16-novembre-2010/page-14-15-texte-integral>
- ▶ Son interview complète pour Nature Humaine www.nature-humaine.fr/files/docs/nh/Interview_Isabelle_Desplats_Lettre_NH_VF.pdf

À propos de la CNV

Livres

- ▶ *Les mots sont des fenêtres ou bien ce sont des murs*, Marshall B Rosenberg
- ▶ *Cessez d'être gentils, soyez vrais*, Thomas d'Ansembourg

Liens

- ▶ www.cnvformations.fr
- ▶ nvc-europe.org/SPIP/

« *Écrire, c'est inspirer autrui, le pousser vers sa ressemblance, vers sa préférence.* »

Jean Cayrol - Extrait d'*Écrire*



Présentation de Nature Humaine

Nature Humaine est une association à but non lucratif dont l'objectif est d'explorer les aspects psycho-socio-culturels et les représentations du monde qui freinent ou au contraire facilitent le changement des comportements en matière environnementale et dans le développement durable. Nature Humaine est un creuset où les sciences humaines peuvent se rencontrer autour de l'écologie et des questions humaines pour faire émerger une réflexion originale sur notre relation à la nature et à notre propre nature. Par sa Lettre, elle explore le processus du changement et la meilleure façon de l'accompagner pour en dépasser les écueils et lui permettre d'être effectif et pérenne.

www.nature-humaine.fr

Les contributeurs de la Lettre

Pilote et auteure (passionnée) : Séverine Millet

Correcteurs (attentifs) : Isabelle Desplats

Mise en page et graphisme (inspirée) :

Blandine Reynard – www.blandinereynard.com

Comité éditorial (débordé mais soutenant) : liste sur le site de Nature Humaine

Abonnement

La Lettre est gratuite. Il est possible de s'abonner et de se désabonner sur le site de Nature Humaine.

www.nature-humaine.fr/abonnement

Soutien de Nature Humaine

L'association finance cette Lettre par les dons de ses membres et les subventions. Il est possible de soutenir l'association, et même d'en devenir membre, en se rendant sur son site Internet :

www.nature-humaine.fr/membresetbenevoles



La Lettre est sous licence Creative commons garantissant une diffusion large, car permettant aux lecteurs de l'utiliser, de la reproduire, de la distribuer, de mettre un lien internet vers elle, sous la condition de citation de la Lettre, de l'auteur des propos cités ou de l'écrit, et du site Internet de Nature Humaine.

Cette œuvre ne peut pas être modifiée, ni commercialisée.